

12.1 Schema – Piano di attività

Soggetto richiedente	COMUNE DI ROVIGO
Ambito territoriale di riferimento	<i>In un contesto abitativo di provincia, la comunicazione efficace e immediata rappresenta un elemento fondamentale per il successo di qualsiasi progetto sociale e comunitario. Il nuovo Centro Multifunzionale per Minori e Anziani di Mardimago, si propone di essere un punto di riferimento per la comunità locale, offrendo servizi e attività che promuovano l'intergenerazionalità e favorendo l'interazione tra minori e anziani, creando legami e cambi culturali. Per raggiungere questo obiettivo, è essenziale condividere in modo chiaro, aggiornato e tempestivo tutte le iniziative, le opportunità e le novità che il progetto mette a disposizione. Con il progetto di comunicazione, si mira a garantire una diffusione puntuale e valida, capace di valorizzare le attività proposte e creare un ponte tra la struttura e il territorio, contribuendo così alla crescita e alla coesione della comunità locale. La comunicazione, sia online che offline, diventa quindi uno strumento strategico per coinvolgere, informare e rafforzare il senso di appartenenza della comunità, favorendo un dialogo aperto e costruttivo tra Ente, beneficiari e cittadini.</i>
Descrizione e finalità operazione	<p>Uno degli obiettivi fondamentali è la promozione e la diffusione, a livello comunale e provinciale, dei servizi e delle attività che saranno attivati all'interno del nuovo Centro Multifunzionale per Minori e Anziani di Mardimago.</p> <p>Il Centro Multifunzionale per Minori e Anziani di Mardimago si presenta come uno spazio aperto, innovativo e inclusivo, progettato per rispondere ai bisogni di socializzazione, crescita e benessere di persone di ogni età e condizione, con un'attenzione particolare all'accessibilità universale e all'inclusione delle persone con disabilità.</p>
Servizi oggetto dell'attività di informazione	<p>☐ servizio alla persona (servizio finanziato con ISL04: ☐ SI ☐ NO)</p> <p><i>Descrivere il servizio oggetto dell'attività informativa, nonché gli output che si intendono realizzare</i></p> <p>☐ servizio sociale (servizio finanziato con ISL04: ☐ SI ☐ NO)</p> <p><i>Descrivere il servizio oggetto dell'attività informativa, nonché gli output che si intendono realizzare</i></p>

	<div data-bbox="507 210 1406 286"> ☐ servizio culturale e/o ricreativo (servizio finanziato con ISL04: ☐ SI ☒ NO) </div> <div data-bbox="507 315 1426 1193"> <p><i>Per questo, il lavoro intende sviluppare una solida rete di informazione e sensibilizzazione, capace di far conoscere ai cittadini del Comune di Rovigo e del territorio provinciale le opportunità educative, sociali, culturali e ricreative offerte dal Centro. Particolare attenzione sarà riservata alla costruzione di canali di comunicazione utili e capillari, in grado di raggiungere anche le fasce più vulnerabili della popolazione, spesso escluse dai circuiti informativi tradizionali. Attraverso attività di promozione mirate, eventi pubblici, momenti di incontro con il territorio e collaborazioni con enti, associazioni e istituzioni locali, il progetto mira a favorire una maggiore consapevolezza delle risorse disponibili, rafforzando il legame tra il Centro e la cittadinanza. In questo modo, si punta non solo ad ampliare la partecipazione ai servizi offerti, ma anche a valorizzare il ruolo del Centro come luogo di riferimento per la crescita individuale e collettiva, capace di rispondere in modo concreto e integrato ai bisogni sociali emergenti. I servizi sono il racconto, la promozione e la diffusione delle attività previste nel bando ISL04 tramite: ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, stampa, riproduzione e distribuzione di materiali e prodotti informativi, compresi prodotti multimediali e audiovisivi. Il piano di comunicazione è orientato a coinvolgere la comunità locale attraverso una strategia integrata che utilizzi sia strumenti digitali, che tradizionali. In sintesi, il progetto intende contribuire alla costruzione di una comunità più informata, coesa e inclusiva, in cui il Centro Multifunzionale rappresenti un presidio territoriale attivo, riconosciuto e accessibile a tutti</i></p> </div> <div data-bbox="507 1216 1406 1254"> ☐ servizio per la popolazione (servizio finanziato con ISL04: ☐ SI ☐ NO) </div> <div data-bbox="507 1279 1414 1350"> <p><i>Descrivere il servizio oggetto dell'attività informativa, nonché gli output che si intendono realizzare</i></p> </div>
Target	<p><i>Il Centro Multifunzionale per Minori e Anziani, situato nella provincia di Rovigo, intende rivolgere le proprie azioni di comunicazione a una pluralità di soggetti, con l'obiettivo di promuovere la partecipazione attiva, la coesione sociale e l'integrazione intergenerazionale. In particolare, i target individuati sono i seguenti:</i></p> <p>Minori e Famiglie</p> <p>Bambini, adolescenti e giovani fino ai 18 anni, insieme ai loro nuclei familiari, rappresentano un target prioritario. La comunicazione verso questo pubblico mira a valorizzare le attività educative, ludico-ricreative e formative proposte dal Centro, promuovendo l'accesso ai servizi e stimolando il coinvolgimento in percorsi di crescita condivisa</p>

	<p>con le altre generazioni.</p> <p>Anziani</p> <p><i>La comunicazione sarà orientata a informare rispetto ai servizi di supporto, aggregazione sociale e benessere psico-fisico, incentivando la partecipazione attiva degli anziani come risorsa preziosa per la comunità e per le nuove generazioni.</i></p> <p>ComunitàLocale e Cittadinanza Attiva</p> <p>Residenti del territorio comunale e provinciale, con particolare attenzione alle reti associative, gruppi informali, volontari e realtàdel Terzo Settore.</p> <p>Le azioni comunicative avranno lo scopo di diffondere la conoscenza del Centro come spazio aperto e inclusivo, favorendo la collaborazione e la costruzione di legami sociali duraturi.</p> <p>Enti, Istituzioni e Scuole</p> <p>Istituzioni pubbliche, enti del welfare locale, servizi educativi e scolastici di ogni ordine e grado, rappresentano un interlocutore fondamentale per attivare sinergie progettuali e promuovere la visibilitàdel Centro all'interno di reti territoriali piùampie.</p> <p>La comunicazione istituzionale saràmirata, coerente e orientata alla costruzione di partenariati stabili.</p> <p>Operatori e Professionisti del Settore Sociale ed Educativo</p> <p>Educatori, assistenti sociali, psicologi, animatori e altri professionisti attivi nel settore socio-educativo e sanitario.</p> <p><i>La comunicazione verso questa categoria punterà a favorire la conoscenza delle buone pratiche del Centro, stimolare il confronto professionale e attrarre competenze che possano contribuire all' ampliamento dell' offerta dei servizi.</i></p>
Spese	<p>☐ a. Organizzazione e realizzazione di eventi e incontri €_3.000,00</p> <p>☐ b. Strumenti di informazione €_17.000,00</p>

	<i>Totale 20.000,00</i>
Cronoprogramma	<p>Fase 1 – Avvio del Progetto e Produzione Contenuti Iniziali Febbraio 2026 • Obiettivi: o Avviare il progetto con una comunicazione iniziale efficace e coinvolgente. o Far conoscere le realtà, i servizi e le opportunità offerte dal centro. • Attività previste: o Produzione di video conoscitivi e interviste alle realtà presenti nel centro (associazioni, servizi, partner). o Inizio delle attività di comunicazione: teaser e contenuti anticipatori da diffondere sui primi canali disponibili.</p> <p>Fase 2 – Comunicazione istituzionale e apertura canali digitali Marzo 2026 • Obiettivi: o Consolidare l'identità visiva e narrativa del centro. o Ampliare il pubblico attraverso strumenti di comunicazione diversificati. • Attività previste: o Progettazione, impaginazione ed elaborazione grafica di brochure informative (cartacee e digitali). o Attivazione e lancio dei canali social ufficiali (Facebook, Instagram, YouTube, ecc.). o Inizio pubblicazione di contenuti informativi e promozionali.</p> <p>Fase 3 – Attività di promozione e coinvolgimento della comunità Aprile – Dicembre 2026 • Obiettivi: o Promuovere attivamente il centro sul territorio. o Attivare il coinvolgimento della cittadinanza attraverso eventi, storytelling e incontri. • Attività previste: o Organizzazione di eventi pubblici, presentazioni, giornate aperte, visite guidate. o Produzione e diffusione di video tematici legati alle attività del centro. o Campagne promozionali online e offline. o Collaborazioni con realtà locali per attività condivise.</p> <p>Fase 4 – Consolidamento, programmazione e continuità operativa Da Gennaio 2027 in poi • Obiettivi: o Offrire una programmazione stabile e varia. o Mantenere alta la visibilità del centro e rafforzare la partecipazione attiva. • Attività previste: o Pianificazione e realizzazione di incontri periodici, workshop, laboratori tematici, attività per diverse fasce d'età. o Comunicazione continua attraverso i canali social e tradizionali (post, comunicati stampa). o Monitoraggio delle attività e aggiornamento del piano comunicativo in base ai feedback raccolti.</p>

Piano delle spese

A. Organizzazione e realizzazione di eventi e incontri

quantità	Descrizione spesa	fornitore	n. offerta	Importo totale delle spese previste (IVA esclusa)	Importo delle spese in domanda (IVA esclusa)
1	Organizzazione eventi - euro 3.000 Eventi, attività comunitarie e incontri locali Open Day Visite guidate Workshop Seminari	Libera professionista titolare di partita Iva a seguito di indagine di	1		

		mercato informale ove sono stati raccolti ulteriori due preventivi			
Totale categoria A				3000,00	3000,00

B. Strumenti di informazione

quantità	Descrizione spesa	fornitore	n. offerta	Importo totale delle spese previste (IVA esclusa)	Importo delle spese in domanda (IVA esclusa)
	Creazione contenuti online/offline - Creazione e utilizzo di pagine social media e altre piattaforme digitali Stesura storytelling Creazione di contenuti per i canali social Analisi per monitorare l'efficacia della comunicazione digitale Utilizzo piattaforma online per la registrazione a eventi/corsi/workshop Comunicati stampa Elaborazione Grafica - euro 6.000 Definizione e progettazione visual Progettazione grafica brochure, materiale cartaceo Progettazione grafica locandine, materiale promozionale Progettazione grafica post social Realizzazione di video, foto, reels riguardanti le diverse attività del Centro	Francesca Bux	1		

	Multifunzionale Gestione loghi e grafiche video Export nei formati richiesti (social, web, tv) Musiche originali libere dai diritti di riproduzione				
Totale categoria B				17.000	17.000

FIRMA DEL RICHIEDENTE